# 脸脸设计文档－－商家部分

## 1、概述

"脸脸"是一个以商家为地标的基于位置的社交应用。从底层核心功能来看，脸脸提供了两个独特的服务：1为商家提供一个面向现场的聊天室，2根据GPS和IP等数据确定用户处于哪一个商家。

### 1.1 关于聊天室

人类的交流主要有三种模式：1.一对一的交流（如qq、邮件）、2.固定一群人的交流（如qq群、邮件列表）、3.固定场所不固定人群的交流（如聊天室、论坛）。按交流的时效性又分为即时交流和非即时交流。比如qq、qq群和聊天室属于即时交流，而邮件、邮件列表和论坛属于非即时交流。即时聊天系统增加离线消息，也可以实现非即时聊天。对于传统的即时交流系统，为了了解对方当前是否可以聊天，需要获取对方当前的状态，比如是可以聊天、忙碌、暂时离开、还是不在线。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **1.一对一的交流** | **2.固定一群人** | **3.固定场所不固定人群** |
| **即时交流** | qq | qq群 | 聊天室 |
| **非即时交流** | 邮件 | 邮件列表 | 论坛 |

移动互联网到来后，对即时交流系统产生了较大的影响，主要体现在三个方面：

1. 线上和真实身份的模糊化。移动端用户的身份往往比互联网的身份更接近真实身份。
2. 无需设置聊天状态。因为手机都是随身携带的，所以不存在用户是否在线的问题，打开应用就可以聊天，没打开就不能聊天，也就不需要设置聊天状态。
3. 即时和非即时的模糊化。即时通讯系统可以增加离线消息，非即时通讯系统可以增加手机新消息提醒，所以即时和非即时的通讯模糊化。

微信支持三种交流模式中的1和2两种，而脸脸则支持三种交流模式中的1和3两种。微信核心支持的是1，脸脸核心支持的是3。从微信的底层交流模型可以看出，微信要去发展线下商家还是不自然的，其合适的商业模型还是虚拟物品买卖、广告等；而脸脸则需要和现场类商家的实际消费环境相结合才能最大发挥其价值。

微信和脸脸支持的交流模式

脸脸的商家聊天室可以看作是点评／签到的加强版。点评和签到是一种信息发布系统，只有很弱的交流属性，也缺乏实时性。

脸脸的聊天室又不同于以前的网络聊天室。传统的网络聊天室信息可靠性和用户身份真实性上都不能保证，单个信息价值不高。而脸脸的聊天室绑定新浪微博且确保用户在现场，因而每条信息都具有很高的价值。脸脸聊天室中的一些信息具有长久保存的价值，而传统的聊天室中的聊天信息时效过期后就无价值了。

### 1.2 关于定位

定位是移动应用要解决的一个核心问题。定位问题又分为很多种，比如陌陌只需要确定距离即可、导航类应用需要确定路线、而签到类应用需要定位到具体地点。

脸脸的定位类似于街旁类的签到定位，但是也有不同。核心的不同点在于商家的类型。对于街旁和点评类应用来说，包含的商家越多越好，比如售票点、ATM机、小吃店等都尽可能包括；而脸脸只服务于大型的有顾客逗留的场所。由于GPS定位的精确度误差在10米以上，签到类的定位必然无法精准，需要使用者手动选择商家。而脸脸在经过一定的积累以后，可以实现对目标商家的精准定位。

脸脸的地点数据库特有的两个特点是：1、只服务于大型的有顾客逗留的场所；2、地点数据库不是一个点，而是一个范围，支持嵌套关系。大地点下面有小地点。

## 2、商家管理

一个商家帐户对应于一个地理坐标和一个现场聊天室。目前商家的定位数据来自于点评网，其坐标是单个经纬度坐标。后期脸脸可考虑对重点商家进行三维定位，包括一组范围坐标和一个海拔高度数据。

商家帐户的名称，也就是聊天室的名称要控制在10个字以内。该名称要保证在一个城市内唯一。

目前看来，暂时不需要绑定新浪企业微博。现在没有商家展示的功能，和商家的互动直接在“现场”功能中实现，因而不需要绑定新浪微博。

### 2.1 连锁商家

连锁商家每个连锁店都要独立建立一个商家帐户，拥有独立的现场。连锁店可以关联到总店，以方便后期的汇总统计和管理功能扩展。

### 2.2 大卖场类商家

在大买场内的小的摊点也建立特殊的商家帐户，但是不关联地理坐标，也不能签到。大卖场内的大的商家则建立正常的商家帐户，比如肯德基、电影院等。大卖场和里面的商家也建立包含关系。用户既可以加入大卖场的聊天室，也可以加入其中一个商家的聊天室。这两个聊天室被认为是独立的。

### 2.3 商家和员工

商家帐号和员工帐号要建立隶属关系。员工可以在商家现场发起活动，管理商家的信息。员工帐号是独立建立还是和个人帐号一样绑定新浪微博？员工的分类有那些，各有什么职责和权限？

### 2.4 商家管理系统的类型

因为脸脸是一个移动类的应用，所以也需要为商家提供一个移动版的管理系统。此外，也可以为商家提供网页版的管理系统。移动版的系统侧重日常管理和移动端特有的功能，比如商家可以自己在现场标注坐标、现场抽奖的管理等。在现场的一些活动发起功能则可以由商家的员工登陆普通用户的客户端完成。网页版则侧重信息的统计和展示。

### 2.5 收费

商家的年维护费用可以发展壮大以后收取，因为这块由脸脸自行控制；而iphone版管理客户端是否收费则要提前确定，因为如果前期免费后期要收费则较难。建议前期不收商家的维护费，但是iphone版管理客户端定价100元左右，这只是这个软件的价格。食神摇摇有一个管理客户端“餐厅店长助手”，是免费的，但是他们只有这一个管理客户端。脸脸网的日常管理通过网页版和个人版就可以完成，商家移动客户端提供的是高端增值服务。

### 2.6 店铺的创建和认领

目前，商家帐号是自动创建的。商家需要人工联系脸脸网获得自己的帐号和密码。暂时不支持商家自行登记店铺。

### 2.7 帐号信息管理

商家应该不能自行修改其聊天室的名称，要修改只能通过脸脸网人工处理。商家可以修改自己的密码，联系信息。

商家可以添加个人微博帐号，添加后就成为商家的员工，并可以分配员工的角色和权限。（是否需要个人确认？一个微博帐号是否能加入多个商家？）

商家之间的关系（总店与分店、卖场与铺位）由脸脸网维护，商家不能自行维护。

## 3、公告信息管理

商家公告信息滚动展示在商家聊天室的顶部，最多三条。公告信息用于发布一些重要的，有效性在一天以上的信息。一些实效性较强的信息则直接发布在聊天室的聊天信息中即可。公告信息目前由网页客户端管理维护，以后考虑可以通过手机客户端直接维护。

## 4、抽奖管理

抽奖有两种方式：一种是预先定义好规则，比如个人进店摇一摇的时候设置中奖比例，摇到了自动给用户发送中奖通知，奖品的领取和中奖时刻不一定一致。一种是现场搞活动时临时确定中奖规则和奖品，现场领奖，过期自动失效的。

### 4.1 预定义抽奖

定义参与抽奖的条件：目前只支持进店摇一摇时参与抽奖，且12小时内只有第一次的摇一摇可以参与抽奖。以后可以根据商家的需求定义更多的抽奖条件，比如参与周年店庆抽奖，回答问卷调查抽奖等。

定义中奖规则：目前只支持按一定的百分比中奖，至于中奖后的奖品是什么，由店家自行确定。

定义中奖通知的文案：系统提供预设置的中奖通知文案，商家可以自行修改。

中奖通知的发送：中奖通知以商家的身份发送给中奖者，中奖通知出现在个人的‘会话’页中，通知的样式要区别与普通消息。

领奖流程：具体的实物领取由商家自行组织，只需要领奖者在领奖时回复一条已领奖的信息给商家即可。要能允许商家一次性查看所有的中奖通知与回复（目前的会话页商家只能一次看到和一个用户的通讯记录）。

### 4.2 现场活动与抽奖

商家可以在群聊页面发起现场活动。比如主持人喊一二三，大家摇手机，比如摇到前10名的有奖。具体的活动规则由商家自行拟定。

这种模式下如何确认中奖者、如何领奖等都由商家自行决定，且奖项都是临时的。脸脸只提供商家与众多顾客一起参与抽奖的现场与通讯功能。

这里要注意的是：主持人如果用自己的个人帐号登录，中奖者回复的时候不能回复给主持人，而要回复给商家帐号。

## 5、统计

商家可以查看最近访问的顾客、访问次数最多的顾客、发言最多的顾客、中奖统计、顾客的回头率等统计数据。